



© Martina Berger

Studie: Insights zur Audionutzung 2.0

Mediaplus Austria & Media1 wollen mit „Generation Audio“ wichtige Fragen zur aktuellen Radionutzung beantworten.

Experten

Joachim Krügel und Christoph Auböck von Media1 sowie Sarah Schwarzinger und Bianca Spanning von Mediaplus Austria (v.l.).

Gastkommentar

••• Von Sarah Schwarzinger und Christoph Auböck

Hier und in den kommenden Wochen werden Sie die spannenden Ergebnisse einer neuen Studie lesen: der Generation Audio. Die Audiolandschaft hat sich in den letzten Jahren massiv verändert. Neben

dem klassischen UKW-Radio sind Webradio und Audio-Streaming immer beliebter geworden, vor allem durch den Boom von Podcasts. Ist damit aber der bisherige Audio-Planungsansatz obsolet geworden? Müssen Werbetreibende nun einen anderen Audiomix wählen? Um diese und weitere Fragen zu beantworten, haben wir (Media1 und Mediaplus Austria) die Generation Au-

dio ins Leben gerufen. Nach dem großen Erfolg der gemeinsamen Bewegtbild-Studien („Generation Video“) war es für uns als zwei der innovativsten Mediaagenturen naheliegend, erneut zu kooperieren. Dabei konnten wir auch auf das Know-how des führenden Privatradiosenders Kronehit zählen. „Ein wirklich spannender und umfassender Blick auf die Audiolandschaft,

der beweist, welche große Bedeutung Audio, im speziellen Radio, im Mediaplan einnimmt“, so auch Kronehit-Geschäftsführer Mario Frühauf.

Das Ziel der Studie war, die hoch fragmentierte Audio-Nutzung der Hörer genau zu verstehen und Insights zu generieren, die die Audio-Planung in Österreich auf ein ganz neues Level heben.